

го поведения сверстников, учителей, родителей, а также публичных персон. В задачи эксперимента входило выяснение оценок собственной речевой культуры и речи сверстников по шкале «отлично/неудовлетворительно», а также выявление конкретных фактов и языковых процессов, которые негативно оцениваются информантами.

Результаты анкетирования показали, что оценка собственной речевой культуры у многих старшеклассников выше, чем оценка речи сверстников. В качестве недостатков речи сверстников информанты отметили нецензурную речь, слова-паразиты, жаргонизмы и сленг, незнание норм литературного языка.

Ответы на вопрос о негативных тенденциях в современной речи показали, что наиболее «раздражающей» характеристикой является активное использование заимствований, которые регулярно обозначаются как «новомодные». Основанием для негативной оценки стало также использование «сокращенных слов». Нарушение языковых норм вызывает неприятие у четверти информантов. Жаргон и сленг воспринимаются как отрицательные характеристики современных дискурсивных практик примерно 10 % опрошенных.

Результаты пилотного эксперимента, с одной стороны, демонстрируют понимание учащимися таких характеристик речевой культуры, как эффективность и этическая составляющая речи. С другой стороны, эксперимент выявил влияние стереотипов, сформированных «наивными лингвистами» и активно транслируемых в российских медиа, – в частности, о «засорении языка иностранными словами», о «незыблемости языковых норм», о «порче языка» и т. п. Это ставит перед лингвистическим сообществом задачи дальнейшего изучения метаязыковой рефлексии носителей русского языка и культуры.

*Клушина Н. И.*  
**Москва, Россия**

## **АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ МЕДИАСТИЛИСТИКИ**

Медиастиль – это качественное развитие публицистического функционального стиля в новых экстралингвистических условиях –

условиях революционного развития цифровых технологий. С этим связан и аксиологический аспект медиастилистики, которую мы понимаем как самостоятельную область общей теории стилистики, посвященную изучению особенностей функционирования языка в медиа.

Ценности, которые в истории общества вырабатывались, сохранялись и передавались через устное народное творчество, через образцы классической литературы, сегодня транслируются через медиа, в которых создается особая медиакультура и формируется национальный медиастиль.

Особую роль в создании медиакультуры и национального медиастиля мы отводим феномену медиатизации. Медиатизацией мы называем взаимообусловленный процесс «втягивания», включения в медиадискурс различных сфер общественной жизни и формирование в нем определенных субдискурсов (например, субдискурса культуры, политического медиадискурса, юридического медиадискурса и др.). С помощью медиатизации медиадискурс формирует реторты, в которых рождается медиакультура и выплавляется национальный медиастиль.

С точки зрения современных философских подходов, культура дифференцируется на элитарную, народную и массовую, а аксиологический заряд несут только народная культура, которая сохраняет традиционные ценности, и элитарная, которая вырабатывает новые ценностные смыслы. Аксиологические задачи обычно не коррелируются с массовой культурой, которая имеет устойчивую негативную коннотацию и только, как принято считать, тиражирует и опошляет достижения народной и элитарной культур.

Наши исследования современных медиа показывают, что массовая культура также получает аксиологический модус. Медиа сплавляют феномены элитарной, народной и массовой культур в единую медиакультуру, которая выполняет важную аксиологическую функцию — консолидирует общество на основе базовых ценностей, сохраненных в народной культуре, обогащенных новыми смыслами культуры элитарной и закрепляющихся в общественном сознании с помощью массовой культуры. Таким образом, массовая культура и ее новые модификации в интернет-пространстве (мемы, сентенции, афоризмы,

карикатуры и т. п.) становятся неотъемлемой и важной частью национального медийного стиля, а также способом не просто тиражирования, а объяснения сложных культурных феноменов и закрепления их в социальном сознании.

**Ковшова М. Л.**  
**Москва, Россия**

## **К ВОПРОСУ ОБ АКСИОЛОГИЧЕСКОЙ МОДАЛЬНОСТИ ЗАГАДОК: ЧТО НА СВЕТЕ ВСЕХ МИЛЕЕ?\***

Согласно определению, данному В. П. Аникиным, загадкой называется «поэтическое замысловатое описание какого-либо предмета или явления, сделанное с целью испытать сообразительность человека, равно как и с целью привить ему поэтический взгляд на действительность» [Аникин 1957: 56]. Вопросно-ответная форма, которая лежит в основе загадки, зародилась в первоначальной культуре и была присуща диалогу, спору, беседам религиозного и философского содержания; вначале состязание в загадках было необходимым элементом ритуала и составляло часть культа жертвоприношения. В древности назначение загадок «состояло в классификации и сериации состава мира, первых формах осознания принципов организации мира <...> защитных механизмов человека от случайного, непредвиденного, страшного, чем чреват мир» [Топоров 1994: 29]. «По мере того как борьба человека с природой подвигалась вперед, загадка, бывшая прежде хранилищем верований, постепенно утрачивала свое важное значение, стала удовлетворять одной народной любознательности» [Садовников: электронный ресурс]. По нашей гипотезе, загадка является важнейшим источником и транслятором сложившихся за многие века ценностно значимых представлений, эталонов, символов, стереотипов, отражающих мировоззрение народа, его аксиологически ориентированный взгляд на мир.

В загадке основное свойство исходного денотата (или совокупность свойств) представлено в образе другого денотата, и нужно

\* Исследование проводится при поддержке РФФИ (проект № 18-012-00736-а) в Институте языкознания РАН.